

УДК 316.47

КАРЬЕРНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ МОЛОДЕЖИ ПОКОЛЕНИЯ Z НА ПРИМЕРЕ УРАЛЬСКОГО РЕГИОНА

Трохина А.А.,

*Студентка,
Уральский государственный экономический университет
г. Екатеринбург, Россия
alisa.tro@mail.ru*

Петерсон К.Ю.,

*студентка
Уральский государственный экономический университет
г. Екатеринбург, Россия
azazel051605@mail.ru*

CAREER PROSPECTS OF YOUNG PEOPLE OF GENERATION Z ON THE EXAMPLE OF THE URAL REGION

Trokhina A

*The student,
Ural State University of Economics
Yekaterinburg, Russia
alisa.tro@mail.ru*

Peterson K.Yu.,

*female student
Ural State University of Economics
Yekaterinburg, Russia
azazel051605@mail.ru*

Аннотация

в статье рассмотрены характерные черты и особенности поколения Z. Выявлены положительные и негативные аспекты в поведении представителей поколения, для определения перспектив поведения на работе, влияния на бизнес-среду и систему управления в компаниях. В статье присутствуют результаты опроса молодых людей Уральского региона в

возрасте от 19 до 23 лет, на основе данных результатов описаны карьерные цели и предпочтения представителей поколения Z, их ожидания и наиболее привлекательные профессии и сферы деятельности.

Annotation

The article considers characteristic features and characteristics of generation Z. positive and negative aspects in the behavior of the generation, to define prospects behavior at work, the impact on the business environment and management system in companies. The article present the results of a survey of young people in the Urals region in age from 19 to 23 years, on the basis of the results described career goals and preferences of generation Z and their expectations and the most attractive professions and activities.

Ключевые слова: теория поколений, поколение Z, молодежь, карьера, образование, карьерные ожидания, перспективы.

Key words: theory of generations, generation Z, young people, career education, career expectations and prospects.

Конфликты поколений оказывают влияние на человека на протяжении всей его жизни, начиная с раннего детства. Однако сложности взаимоотношений связанные с различиями представителей разных поколений имеют место быть не только в рамках семейной и личной жизни, но и в профессиональной и учебной деятельности. В данной статье мы рассматриваем карьерные ожидания поколения Z в Уральском регионе, их предпочтения, принципы, стремления в работе.

Именно поколение Z на данный момент начинает свой карьерный путь, среди них уже есть выпускники ВУЗов и колледжей, студенты и школьники старших классов. На сегодняшний день работодатели уже столкнулись с трудностями адаптации представителей нового поколения и погружения их в рабочую среду.

Всем поколениям присущи свои особенности, и Z - не исключение.

1. Клиповое мышление. Этот феномен свойствен именно представителям «первого цифрового глобального поколения. Благодаря этому качеству поколение представители этого поколения могут молниеносно ориентироваться и принимать решение в кризисных ситуациях, что является немаловажным плюсом в работе. В рабочем процессе данная особенность позволяет работникам быстро обрабатывать информацию, анализировать и структурировать ее, отличать качественную от неактуальной. Представители поколения Z всегда тратят намного меньше времени на то, чтобы найти какой-либо контент, поскольку выросли, используя множества различных ресурсов по поиску информации. С помощью этого становится возможным продуктивно работать с большими массивами информации, выявляя тренды и тенденции.

2. 8-секундный фильтр. Одно из свойств клипового мышления. Поколение Z выросло в мире, где возможности не имеют границ, а времени почти нет. В целях адаптации поколение Z научилось быстро просеивать информацию и оценивать огромные объемы информации. Благодаря этому качеству им гораздо проще ориентироваться в большом информационном потоке.

3. Способность к бренд-менеджменту и креативность. Из-за обильного количества социальных сетей, большинство современных подростков тратят по несколько часов на общение в своем виртуальном мире, создавая яркие тематические аккаунты, идеализированные образы и личные бренды. Несмотря на все это, поколение Z критично к стереотипам, которые преследуют поколение Y. Они хотят доказать, что так же способны прекрасно и усердно работать в офлайне.

Новое поколение на интуитивном уровне понимает, как создать привлекательный и популярный контент, ведь их с самого детства окружает огромное количество рекламы, в последнее время это по большей части реклама в интернете, которую не всегда просто отличить. Для проведения

рекламных кампаний в целях продвижения продуктов используются все возможные каналы взаимодействия с потребителями, различные социальные сети и мессенджеры, а также технологии контекстной рекламы.

4. Прагматизм. Медиа называют поколение Z «предпринимательским поколением» и подчеркивают их желание не погружаться в корпоративную рутину, а строить свои стартапы. С юных лет они обладают предпринимательской жилкой и стремлением к комфорту. Такие качества становятся предпосылкой для развития здорового прагматизма, абсолютной практичности, умению делать сугубо логические выводы и находить собственные выходы из различных ситуаций.

5. Усидчивость и целеустремленность. «Зеты» готовы тратить часы на поиски нужного контента в сети, строить свои алгоритмы поиска и концентрироваться на интересующей их информации. Благодаря этим качествам они более перспективны в обучении и приобретении новых навыков. Они склонны получать навыки, нежели знания, проходя он-лайн курсы и используя самоучители. Молодое поколение может тратить значительную часть своего времени, чтобы обучиться новой или смежной профессии и повысить свою востребованность на рынке труда.

6. Настроенность на быстрый результат. Поколение Z не настроено на долгосрочное планирование. Им присущ реализм и нацеленность на выполнимые задачи. Не привыкшие проигрывать, «Зеты» способны четко работать, успевая в срок, однако задачи должны быть оговорены заранее. Представители поколения Z привыкли к наличию у них различных удобств, комфортной жизни относительно жизненных условий их родителей в том же самом возрасте. Новое поколение ждет быстрых карьерных результатов, не осознавая, что такого их родители добивались десятилетиями.

7. Склонность к аутизации. «Зеты» склонны к погружению в свой мир, это в свою очередь ведет к ограничению общения с окружающим миром, индивидуализации. Нельзя с точной уверенностью говорить, что это плохо.

Он дает молодежи способность концентрироваться на поставленных задачах и сосредоточивать внимание на интересных им темах.

Негативные качества:

1. Предрасположенность к психологическим заболеваниям и депрессиям. Молодые люди в наше время наименее довольны своей жизнью и своим будущим. Их тревожит образование, будущее и виртуальный мир который окружает их 24 часа в сутки. Очень важную роль играет самооценка и собственное достоинство. Неудовлетворение этих двух критериев, может привести к серьезным психологическим травмам и даже желание свести счеты с жизнью.

2. Инфантильность. Не прекращаемая молодость стала нормой общества. Изменились ценности, многие представители поколения Z хотят подольше не взрослеть, в отличие от Y, которые стремились как можно быстрее стать самостоятельными и повзрослеть. Растущий уровень жизни позволяет родителям «зетов» содержать их вплоть до окончания университета или даже оказывать материальную поддержку и после.

3. Размытые жизненные принципы. В наше время молодое поколение не готово к взрослым проблемам. Привыкшие к чрезмерной опеке родителей и бесконечному комфорту, они не всегда хотят принимать серьезные решения. Представители Z не готовы к выбору профессии, сферы деятельности, места жительства.

Как поколение Z повлияет на бизнес через несколько лет? На сегодняшний день как HR департаменты крупных российских компаний, так и кадровые службы работающие в малом и среднем бизнесе все чаще сталкиваются с поколением Z. Буквально через 5-7 лет представителей молодого поколения станет на рынке труда значительно больше, они образуют свой большой кластер. Специалисты по подбору и управлению персоналом уже сейчас во всю применяют различные методики для привлечения молодых сотрудников в свои компании. Дело в том, что самые перспективные и сообразительные представители «зетов» спешат начать

свою карьеру еще до окончания ВУЗов, проходя различные стажировки. Цель компаний, в данном случае, привлечь наиболее обучаемых и активных студентов. Во-первых, это отлично скажется на привлекательности предприятий как работодателей, во-вторых поможет бизнесу лучше понять современные тренды и направления , выстроить диалог с юными потребителями.

Не смотря на критику предыдущих поколений в сторону поколения Z, мы не считаем, что они не окажут положительного влияния на экономику и бизнес. Зеты выросли в эпоху появления интернета, который влиял на их мировоззрение. Их детство прошло во времена кризиса, они были свидетелями разрушения мечт, бедности и множества других трудностей жизни. В детстве их вдохновляли историями о профессиональных успехах молодых бизнесменов, им заочно хочется быть частью всего этого.

Мы провели опрос среди студентов Екатеринбурга и Челябинска, возрастная группа 19-21 год. Общий охват выборки – 456 человек. Не углубляясь далеко в будущее, мы так же решили поинтересоваться, осознанно ли подошли респонденты к своей нынешней специальности, будут ли они работать по ней. Результаты оказались весьма положительными ведь больше половины опрошенных собираются работать по специальности, это как-никак означает, что поколение Z не тратит время впустую. По итогам нашего анкетирования выявлено, что чуть меньше половины опрашиваемых уже определились со своими карьерными целями на ближайшие три года, треть пока еще не задумывалась над этим вопросом, а остальные пока еще затрудняются ответить. Это говорит о том, что наравне с теми, кто уже четко определил для себя карьерные цели, так же есть и люди, которые совершенно не знают, чем будут заниматься в будущем.

Большая часть респондентов не работают, они аргументируют это тем, что до момента окончания обучения в университете их взялись обеспечивать родители. Есть также и те, кто считает, что им пока недостаточно опыта, поэтому они боятся брать на себя ответственность. Также некоторые

предпочли не совмещать работу с учебой, предполагая, что одно будет мешать другому. Однако те, кто предпочел работу, обосновывают это тем, что хотят отделиться от родителей и самостоятельно себя обеспечивать. Так же некоторые уже задумываются о своей конкурентоспособности на рынке. Другие закончили обучение и уже работают. Подводя итоги, поколение Z можно разделить на самостоятельных стремящихся к успеху карьеристов и представителей поколения с относительно низким уровнем самостоятельности.

Поколение Z прекрасно осознает, что в ближайшем будущем работа будет занимать большую часть в их жизни, поэтому очень важно с умом подходить к выбранной специальности. Как уже было упомянуто ранее, большинство респондентов подошли ответственно к своей будущей профессии. Мы решили поинтересоваться, что же важнее для Зетов. Результаты анализа показали, что 75 % выбирают профессию которая им по душе и будет приносить удовольствие. Вторым пунктом идет оплачиваемость. Существенной разницей между предыдущими поколениями и зетами является стремление не оставаться на месте. Любая должность для них становится пунктом отчета, и они прекрасно осознают, что за свою карьеру им нужно будет очень часто менять не только предприятие, но и возможно свою профессию. Если этого потребует карьерный рост они готовы переехать в другие города и страны. Времена меняются в лучшую сторону для зетов, сейчас некоторые предприятия нанимают кандидатов с разным карьерным опытом и образованием, не акцентируя особого внимания на их профессиональный уровень.

На сегодняшний день молодые профессионалы готовы к размытию таких границ, как профессиональное и личное время. Приходя на работу юные практиканты используют для работы личные смартфоны и ноутбуки. А возвращаясь домой прекрасно работают дистанционно.

Зеты - очень активное поколение, которое способно быстро адаптироваться ко всем изменениям. Их сильными сторонами являются не только

креативность и понимание новых технологий, но и уход от устаревшей пирамидальной модели иерархии. То есть, в отличие от иерархических отношений, которые подразумевают неравноправие, в горизонтальных отношениях все физические лица фактически и юридически равноправны.

Важную роль в профессиональном развитии личности играют дополнительные занятия и активности. В современном мире образование не заканчивается на посещении пар в университете, постепенно набирают популярность альтернативные способы образования для получения наиболее актуальных знаний и информации. По данным проведенного исследования пятая часть респондентов не занимается профессиональным развитием вне университета, посещая лишь занятия по расписанию. Однако, большая часть людей, порядка 80% читает профессиональную литературу для приобретения новых знаний в определенной области. Из них треть всех опрошенных работает по специальности. Широкое распространение получают на данный момент он-лайн курсы по различным дисциплинам.

Сейчас люди могут делиться информацией о своей личной, семейной и профессиональной жизни постоянно, используя различные социальные сети и мессенджеры. Для большей половины опрошенных престиж профессии очень важен.

Среди нового поколения существуют различные мнения по поводу престижности тех или иных профессий, но большинство голосов по результатам опроса набрали профессии связанные с IT-технологиями, наукой о данных и другие направления информатики. Стоит предположить, что через несколько лет мы можем увидеть огромный конкурс в ВУЗы на специальности по программированию и аналитике, а затем сможем пронаблюдать рождение специалистов в смежных областях, которые совмещают в себе несколько разных направлений, непременно в комплекте с информатикой. Такие процессы происходят в связи с всеобщей и повсеместной автоматизацией производств и роботизацией многих

процессов. Многие профессии уже на грани вымирания из-за растущего числа алгоритмов, которые заменяют людей на рабочих местах.

Для поколения Z очень важен коллектив, в котором они работают, возможность общаться с коллегами, делиться идеями и новостями.

Благоприятное воздействие на продуктивность оказывает приятная обстановка и наличие удобных зон для коворкинга.

На сегодняшний день, уровень стресса и занятости заставляет молодое поколение задумываться над тем, чему стоит уделить время - семье, личной жизни или развитию карьеры. Половина респондентов ответили, что им одинаково важны семья и работа. Из этого можно сделать вывод, что в поколение Z ищет баланс между делами, учебой, карабканием по карьерной лестнице и личной жизнью, общением с родителями и родными.

По мнению респондентов, им не сложно коммуницировать с представителями более старших поколений, работать вместе над проектами и задачами, хотя треть опрошенных считает это довольно сложным, но терпимым.

Что касается креативности в подходе к задачам, мнения респондентов разделились, около 50% ответили, что им требуется свобода в процессе выполнения заданий и поручений. Вторая половина предпочитает получать подробные инструкции и алгоритмы для реализации поручений начальства.

Таким образом, проведя исследование, мы пришли к нескольким выводам. Во-первых, представители поколения Z имеют различные общие черты и особенности, как положительные, так и негативные. Среди позитивных особенностей можно выделить способность быстро фильтровать огромные объемы информации, отсеивать ненужную. Зеты выросли в эпоху, когда Интернет уже существовал и набирал популярность, проникая в каждый аспект нашей жизни. Поэтому молодое поколение не представляет свою жизнь без общения с помощью социальных сетей и мессенджеров, используя их как в личной жизни, так и на работе, увеличивая скорость коммуникации.

К негативным особенностям можно отнести такие качества как предрасположенность к психическим заболеваниям и депрессии из-за количества стресса, окружающего их, ритма жизни и высокой конкуренции. Также привычка делиться своей жизнью в социальных сетях, зачастую создавая ложный образ успешного человека, живущего шикарной жизнью. К отрицательным качествам относится и инфантильность многих представителей поколения Z. По причине возросшего за последние пару десятков лет уровня жизни, родители зетов могут обеспечивать своих детей до зрелого возраста, не давая им начать самостоятельную жизнь, ограждая их поиска работы.

По результатам исследования можно сделать несколько предположений по поводу того, как представители поколения Z повлияют на бизнес среду в ближайшее время. С течением времени все больше и больше представителей молодого поколения будут выходить на рынок труда со своими запросами и ожиданиями. В последствии, по прошествии десяти лет, зеты начнут занимать руководящие позиции и оказывать значительное влияние на принятие решений в компаниях. На данный момент большая часть опрошенных не определилась с планами и целями на ближайшее будущее. Это значит, что молодому поколению придется попробовать несколько направлений в работе, прежде чем определиться со сферой, в которой они хотят развиваться. На это указывает и тот факт, что для подавляющей части опрошенных очень важно получать удовольствие от работы, чувствовать, что дело, которым они занимаются подходит им и дает возможности для саморазвития и построения карьеры.

Представители поколения Z считают наиболее перспективной для работы сферой IT - большинство ответов было отдано именно ей. Вполне возможно, что люди, выросшие в эпоху тотальной распространенности Интернета хотят как можно ближе взаимодействовать с ним. Поэтому довольно большой поток резюме молодых специалистов направлен именно в HR департаменты компаний, так или иначе связанных с информационными

технологиями. Наиболее популярными профессиями на данный момент становятся программист, специалист по работе с большими данными, искусственным интеллектом, нейросетями и машинным обучением. Эта тенденция напрямую связана с фактом постепенной автоматизации процессов производства и разработок в самых разных сферах бизнеса.

В заключении мы хотели бы отметить наличие положительных перспектив у представителей поколения Z, так как развитие технологий способствует обучению вне учебных заведений, мотивирует студентов и молодых специалистов на саморазвитие и повышение профессиональных навыков. В каждом поколении присутствуют свои особенности, которые могут стать как плюсами, так и минусами в развитии их карьеры. Таким образом, поколение Z проявит себя и свои характерные черты бизнесе в ближайшее время.

Список литературы

1. Асташова Ю. В. Теория поколений в маркетинге // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2014. №1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-v-marketinge> (дата обращения: 12.12.2017)
2. Бражников П.П. Теория поколений в кадровой политике и ее связь с конкуренцией работодателей на рынке труда // Тренды и управление. 2016. т. 14. № 2. С. 194-201. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://psy.academy/generations.pdf> (дата обращения: 18.12.2017)
3. Зайцева Н. А. Теория поколений: мы разные или одинаковые? // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. №2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-my-raznye-ili-odinakovye> (дата обращения: 14.12.2017)
4. Мылласова О.В. Ценностные ориентации россиян в разрезе поколенческой теории // Мировая наука как основа инновационного развития современного государства. Место и роль педагогической психологии в системе научных

знаний Материалы международной научно-практической конференции. – Саратов, 2017. - С. 40-42.

5. Мылтасова О.В., Тихомирова А.М., Качалова Н.Г. Методы обучения в образовательном процессе вуза для студентов поколения Z // Московский экономический журнал. 2017. № 4 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://qje.su/otraslevaya-i-regionalnaya-ekonomika/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-4-2017-9/> (дата обращения: 10.01.2018)

6. Тоффлер, Э. Шок будущего. – М.: АСТ, 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://yanko.lib.ru/books/cultur/toffler-future_shock-ru-1.pdf (дата обращения: 09.12.2017)